

KUALITAS PELAYANAN JASA PADA PRIMKOPAL JUANDA

(Studi Kasus Pada Para Pelanggan Dan Pihak Primkopal Juanda)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Administrasi Bisnis Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



OLEH :

AYU NEVY MEGAWATI
NPM. 0842010050

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2012

KUALITAS PELAYANAN JASA PADA PRIMKOPAL JUANDA

(Studi Kasus Pada Para Pelanggan dan Pihak Primkopal Juanda)

Disusun Oleh

AYU NEVY MEGAWATI

NPM. 0842010050

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Dra. Lia Nirawati, M.Si

NIP . 196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati. M.Si

NIP . 195507181983022001

KUALITAS PELAYANAN JASA PADA PRIMKOPAL JUANDA

(Studi Kasus Pada Para Pelanggan dan Pihak Primkopal Juanda)

Disusun Oleh :

AYU NEVY MEGAWATI

NPM. 0842010050

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 30 Maret 2012

Menyetujui

Pembimbing Utama

Tim Penguji

1. Ketua

Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

2. Sekretaris

Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

3. Anggota

Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur, Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat-Nyalah yang senantiasa membimbing dan mengarahkan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan judul “Kualitas Pelayanan Jasa pada Primkopal Juanda”.

Pada kesempatan ini tak lupa penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dukungan dalam penyusunan laporan Skripsi ini, terutama sekali penulis ucapkan kepada Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu, serta pengarahan didalam penulisan laporan Skripsi ini dengan baik dan benar.

Keberhasilan dalam penulisan laporan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara moril maupun materil dan atas segala bantuan tersebut disampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Hj. Suparwati, Dra., M.Si. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Lia Nirawati Dra., M.Si. selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Siti Ning Farida, Dra., M.Si. selaku sekretaris program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional ” Veteran ” Jawa Timur.

4. Bapak Ibu dosen program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran “ Jawa Timur.
5. Pihak Primkopal Juanda yang telah banyak membantu.

Akhirnya penulis menyadari bahwa laporan ini jauh dari sempurna dan penulis juga mengucapkan banyak terima kasih semoga penulisan laporan Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada saat ini maupun dikemudian hari.

Surabaya, Maret 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAKSI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pemasaran.....	6
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.1.2 Bauran pemasaran.....	7
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.2.1 Pengertian Pelayanan.....	9
2.1.2.2 Tujuan Pelayanan.....	11
2.1.2.3 Prinsip – Prinsip Pelayanan.....	12

2.1.2.4	Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.2.5	Konsep dan Dimensi Kualitas Pelayanan.....	16
2.1.3	Jasa.....	19
2.1.3.1	Pengertian Jasa.....	19
2.1.3.2	Karakteristik Jasa.....	19
2.1.3.3	Macam – Macam Jasa.....	20
2.1.4	Koperasi.....	22
2.1.4.1	Pengertian Koperasi.....	22
2.1.4.2	Pentingnya Koperasi.....	24
2.1.4.3	Tujuan Koperasi.....	24
2.1.4.4	Bentuk dan Jenis Koperasi.....	25
2.1.5	Perilaku konsumen.....	27
2.1.5.1	Pengertian Perilaku Konsumen.....	27
2.1.5.2	Faktor – Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	28
2.1.6	Kepuasan Pelanggan.....	31
2.2	Kerangka Berpikir.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Jenis Penelitian.....	35
3.2	Fokus Penelitian dan Situs Penelitian.....	36
3.2.1	Fokus Penelitian.....	36
3.2.2	Situs Penelitian dan Sumber Data.....	39

3.3	Informan Kunci (Key Person).....	40
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5	Analisis Data.....	42
3.6	Keabsahan Data.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		47
4.1	Hasil Penelitian.....	47
4.1.1	Gambaran Umum Sejarah Koperasi Indonesia.....	47
4.1.1.1	Sejarah Primkopal Juanda.....	50
4.1.2	Hasil Wawancara Kualitas Pelayanan jasa pada Primkopal Juanda.....	52
4.1.2.1	Bukti Fisik.....	52
4.1.2.2	Reliabilitas.....	59
4.1.2.3	Daya Tanggap	66
4.1.2.4	Jaminan	69
4.1.2.5	Empati.....	75
4.2	Pembahasan.....	80
4.2.1	Bukti fisik.....	80
4.2.2	Reliabilitas.....	83
4.2.3	Daya Tanggap.....	84
4.2.4	Jaminan.....	85
4.2.5	Empati.....	87

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran.....	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran.1 Panduan Wawancara

Lampiran.2 Data Responden

“KUALITAS PELAYANAN JASA PADA PRIMKOPAL JUANDA”

AYU NEVY MEGAWATI
NPM. 0842010050

ABSTRAKSI

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan manusia yang diharapkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran dan merupakan media bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Agar tujuan tersebut tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan produk yang diinginkan konsumen dengan baik sehingga dapat menciptakan sebuah kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan suatu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen meliputi bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati yang masing-masing mempunyai peranan yang sama pentingnya.

Dalam penelitian ini mempunyai fokus penelitian yaitu bukti fisik yang meliputi (sarana dan prasarana, kerapian dan penampilan karyawan), reliabilitas yang meliputi (ketepatan waktu, akurasi pelayanan dan bebas kesalahan), daya tanggap, jaminan yang meliputi (kemampuan karyawan dalam menjaga kepercayaan pelanggan, keramahan karyawan) dan empati yang meliputi (perhatian personal, pemahaman kebutuhan pelanggan secara spesifik). Populasi dalam penelitian ini adalah kepala Primkopal Juanda, karyawan Primkopal Juanda, serta para konsumen Primkopal Juanda. Teknik pengumpulan data menggunakan tiga proses kegiatan yaitu proses memasuki lokasi (Getting In, proses ketika Berada di Lokasi Penelitian (Getting Along), proses pengumpulan data. Jenis data yang digunakan adalah data primer, dimana pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah interaktif (Interactive Model of Analysis).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fokus penelitian yaitu bukti fisik yang meliputi (sarana dan prasarana, kerapian dan penampilan karyawan), reliabilitas yang meliputi (ketepatan waktu, akurasi pelayanan dan bebas kesalahan), daya tanggap, jaminan yang meliputi (kemampuan karyawan dalam menjaga kepercayaan pelanggan, keramahan karyawan) dan empati yang meliputi (perhatian personal, pemahaman kebutuhan pelanggan secara spesifik) mendapatkan tanggapan yang cukup baik dari para responden.

Kata Kunci : Bukti Fisik, Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati

QUALITY OF SERVICES TO PRIMKOPAL JUANDA

AYU NEVY MEGAWATI
NPM. 0842010050

ABSTRAKSI

Marketing is one human activity that is expected to satisfy human needs and wants through exchange processes and the media for the company to achieve its intended purpose. In order to achieve that goal, each company must seek to produce and deliver products that consumers want well so can mnciptakan a consumer satisfaction.

Quality of service is an effort to fulfill the needs and desires of consumers and the precision of delivery in the match consumer expectations include physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy that each has an equally important role.

In this study had a focus of research is physical evidence includes (infrastructure, neatness and appearance of employees), including reliability (timeliness, accuracy and error-free service), responsiveness, assurance covering (the employee's ability to maintain customer trust, friendliness of employees) and that includes empathy (personal attention, understanding the needs of specific customers). The population in this study is the head Primkopal Juanda, Juanda Primkopal employees, and consumers Primkopal Juanda. Data collection techniques using three activities, namely the process of entering the premises (Getting In, the process by which Being Study Site (Getting Along), the data collection process. Type of data is primary data, where data collection using questionnaires. The analytical techniques used in this study is interactive (Interactive Model of Analysis).

The results showed that the focus of research is physical evidence includes (infrastructure, neatness and appearance of employees), including reliability (timeliness, accuracy and error-free service), responsiveness, assurance covering (the employee's ability to maintain customer trust, friendliness of employees) and that includes empathy (personal attention, understanding the needs of specific customers) get a pretty good response from the respondents.

Keywords: Physical Evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di masa sekarang ini pertumbuhan penduduk sangatlah pesat, dari berbagai lapisan masyarakat. Dalam menyikapi hal ini penduduk memiliki cara masing-masing untuk memenuhi segala kebutuhan dan keinginan yang dibutuhkan dalam kehidupannya. Masyarakat adalah konsumen atau pelanggan yang membutuhkan barang yang disediakan oleh produsen atau perusahaan penyedia barang, karena hal inilah para produsen atau penyedia barang harus dapat menyiasati hal apa saja yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen maupun pelanggan terlebih pada produsen atau penyedia barang yang telah memiliki pelanggan tetap.

Persaingan yang semakin ketat, di mana semakin banyak perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai salah satu tujuan. Berbagai jenis perusahaan telah berkembang pesat di Indonesia tak terkecuali adalah koperasi.

Koperasi di Indonesia bermula pada abad ke-20 yang pada umumnya merupakan hasil dari usaha yang tidak spontan dan tidak dilakukan oleh orang-orang yang sangat kaya. Kemudian koperasi tumbuh dari kalangan

rakyat, ketika penderitaan dalam lapangan ekonomi dan sosial yang ditimbulkan oleh sistem kapitalisme semakin memuncak. Beberapa orang yang penghidupannya sederhana dengan kemampuan ekonomi terbatas, terdorong oleh penderitaan dan beban ekonomi yang sama, secara spontan mempersatukan diri untuk menolong dirinya sendiri dan manusia sesamanya.

Koperasi sendiri merupakan organisasi bisnis yang dimiliki dan dioperasikan oleh orang-seorang demi kepentingan bersama. Koperasi melandaskan kegiatan berdasarkan prinsip gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan. Menurut UU No. 25 tahun 1992 pasal 4 dijelaskan bahwa koperasi memiliki fungsi dan peranan antara lain yaitu mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota dan masyarakat, berupaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia, memperkokoh perekonomian rakyat, mengembangkan perekonomian nasional, serta mengembangkan kreativitas dan jiwa berorganisasi bagi para pelajar. Maka koperasi di Indonesia ini dibentuk sebagai penggerak ekonomi rakyat, sehingga koperasi sendiri banyak tersebar di Indonesia dengan penawaran yang berbeda-beda bagi setiap pelanggannya.

Koperasi tidak hanya didirikan oleh satu badan usaha saja, tetapi ada yang terdiri dari beberapa badan usaha yang akhirnya menjadi penggerak bisnis usaha kecil disekitar bukan hanya itu saja koperasi juga berada di sekolah-sekolah sebagai pendidikan berorganisasi bagi pelajar. Dari berbagai jenis koperasi salah satunya berada di dalam lingkungan TNI. Koperasi ini

bertujuan dapat membantu perekonomian anggota ataupun pelanggan yang berlatar belakang TNI.

Untuk mendapatkan salah satu tujuan didirikan koperasi adalah dengan terus meningkatkan kualitas pelayanan untuk para anggotanya. Implementasi kualitas jasa yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa seperti koperasi adalah dengan memberikan kualitas pelayanan (service) yang terbaik bagi pelanggan dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas yang di berikan oleh koperasi, akan menimbulkan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan kepada pelanggan tersebut. Sering kali terdapat perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan oleh perusahaan atau koperasi. Untuk mengetahui apakah perusahaan atau koperasi telah memberikan kualitas jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan, maka perlu dilakukan evaluasi dari para pelanggan.

Kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan jasa meliputi lima dimensi dimana kelima dimensi tersebut menurut Parasuraman yang dikutip oleh Fandy Djiptono meliputi Bukti fisik berwujud (tangible), Reliabilitas (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (emphaty).

Seperti halnya pada PRIMKOPAL(Primer Koperasi Angkatan Laut) JUANDA yang berdiri tanggal 19 September 1979 sebagai suatu bagian dari dinas yang mengurus ataupun membantu dalam bidang kesejahteraan anggota

dan keluarganya, terletak di jalan Semeru No. 11 Lanudal Juanda Surabaya ini menjalankan kualitas pelayanan untuk menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya dengan berbagai cara antara lain dengan membangun gedung yang lebih besar, penerapan karyawan yang berpenampilan baik berkualitas prima, memberikan kemudahan-kemudahan untuk para anggota dan membuka berbagai layanan serta memberikan jaminan terhadap jasa yang digunakan.

Dengan berbagai kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Primkopal Juanda pada saat ini diharapkan oleh pihak koperasi Primkopal Juanda pelanggan merasakan kenyamanan dan kepuasan menggunakan jasa koperasi ini. Dalam hal ini keadaan tersebut sudah berjalan dengan baik terbukti para pelanggan pada tahun 2011 terus meningkatkan konsumsinya pada koperasi Primkopal Juanda dari tahun sebelumnya. Selain itu sedikitnya keluhan-keluhan yang dilayangkan oleh para pelanggan Primkopal Juanda.

Dari berbagai latar belakang di atas peneliti ingin mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Primkopal Juanda dari pandangan para karyawan dan pelanggan melalui lima dimensi kualitas pelayanan jasa yaitu Bukti fisik (tangible), Reliabilitas (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (emphaty). Maka penelitian ini di beri judul ” Kualitas Pelayanan Jasa Pada Primkopal Juanda”

1.2 Perumusan masalah

Bagaimana kualitas pelayanan jasa pada Primkopal Juanda dilihat dari segi lima dimensi kualitas pelayanan jasa yaitu bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati?

1.3 Tujuan penelitian

Untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa pada Primkopal Juanda dilihat dari segi lima dimensi kualitas pelayanan jasa yaitu bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati.

1.4 Manfaat penelitian

1. Secara Teoritis

Diharapkan dapat digunakan untuk kepentingan ilmiah. Perbendaharaan dan referensi kepustakaan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jatim, khususnya dibidang pemasaran yang berkaitan kualitas pelayanan jasa dan dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan untuk meninjau kembali apa yang harus dilakukan dalam mengambil kebijakan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan jasa pada Primkopal Juanda maupun Koperasi lainnya.